



C'È MODO E MODO Esistono studi scientifici volti a migliorare la comunicazione delle cattive notizie: tutti concordano sulla necessità di mitigare la durezza dell'informazione negativa con elementi di contorno positivi. Inoltre è bene separare il contenuto negativo della comunicazione dalla relazione che abbiamo con il destinatario.

ALAMY/MILESTONE

Le parole giuste per non far soffrire

Gli psicologi hanno notato che alla domanda “Ho una buona notizia e una cattiva, quale vuoi sapere per prima?” la maggior parte di noi risponde “la cattiva”.

Ma qual è il modo migliore per comunicare una brutta notizia in ufficio o a casa? C'è un metodo scientifico: la tecnica del “panino” *di Andrea Porta*

Ho una notizia buona e una cattiva. Quale vuoi sapere per prima?». La maggioranza chiede di sentirsi dire subito quella brutta. Uno studio dell'Università della California (Usa), pubblicato sul *Personality and Social Psychology Bulletin*, lo conferma: **se siamo i destinatari dell'informazione, preferiamo sapere immediatamente che cosa c'è che non va.** Invece, se siamo noi “gli annunciatori”, tendiamo a fare l'opposto: dare brutte notizie è spiacevole e quindi viene spontaneo esordire con qualcosa di positivo.

Ordine di priorità

La ricerca, condotta da Angela Legg e Kate Sweeny, mostra quindi che l'ordine nel quale comunichiamo i fatti non è indifferente. Lo conferma ad *Airone* Alessandro Lucchini, formatore e autore di saggi di comunicazione, che assieme ai soci Paolo Carmassi e Maddalena Bertello della società di consulenza Palestra della scrittura da tempo tiene corsi di comunicazione rivolti a chi deve quotidianamente dare notizie spiacevoli come, per esempio, i medici. «Dire a un paziente “la sua situazione è critica, ma fortunatamente abbiamo preso in tempo la malattia” ha un impatto ben diverso dalla frase “fortunatamente abbiamo preso in tem-



NUOVI RAPPORTI
Secondo alcuni studiosi, le amicizie più profonde nascono dalla condivisione di brutte notizie.

TIPS

Tre metodologie a confronto per comunicare

✓ Esistono tre modalità con cui possiamo dare una notizia. Solo una di queste, però, è indicata quando dobbiamo riferire qualcosa di spiacevole, senza compromettere il rapporto e provocare eccessiva ansia.

1 **Metodo blot** (*bottom line on top*, argomento principale all'inizio). **Prima raccontiamo la notizia, poi i dettagli e le conseguenze.**

È il metodo adottato negli articoli di cronaca e negli annunci ufficiali: nei testi informativi, infatti, occorre spiegare subito l'accaduto, mentre le reazioni dei lettori o degli ascoltatori non sono determinanti.

2 **Metodo blob** (*bottom line on the bottom*, argomento principale alla fine). È l'opposto del precedente: **dopo un ragionamento che procede per gradi si arriva alle logiche conseguenze, cioè alla notizia vera e propria.** È il metodo usato quando si vuole vendere qualcosa: prima si illustrano le necessità dell'acquirente, quindi gli si dimostra che l'unica soluzione è il prodotto che stiamo promuovendo.

3 **Metodo blim** (*bottom line in the middle*, argomento principale in mezzo). È la tecnica del panino. **Il contenuto della nostra comunicazione è a metà tra un'introduzione e una conclusione:** è questa la modalità migliore per comunicare una cattiva notizia, preceduta e seguita da due buone notizie.



po la malattia, ma la sua situazione è critica», spiega Lucchini. «Anche se il contenuto è lo stesso, **collocare la cattiva notizia all'inizio della frase trasmette speranza, mentre posizionarla alla fine crea preoccupazione**». Anche per Legg e Sweeny, iniziare una comunicazione con una brutta notizia attenua l'ansia del destinatario, pur disincentivandolo a cambiare comportamento. In altre parole, il paziente sarà così felice dell'ottimismo dei medici da ignorare la criticità della situazione.

La strategia del panino

Come fare allora a dire qualcosa di spiacevole? Usiamo una via di mezzo. La illustra lo stesso Lucchini, citando quella che gli esperti di comunicazione chiamano "strategia del panino": «Pensiamo a un sandwich fatto con due fette di pane fresco con dentro mortadella da pochi soldi. Lo addentiamo e nonostante tutto ci sembra buono». Allo stesso modo, per dare una cattiva notizia facciamola precedere e seguire da due buone notizie. Ad esempio, a un candidato a un posto di lavoro che non è stato selezionato si potrebbe dire: «Signor Rossi, lei è un candidato molto preparato (buona notizia). Tuttavia al momento non abbiamo modo di inserire risorse con le sue caratteristiche professionali (cattiva notizia). Quando potremo, ci rivolgeremo senz'altro a lei (buona notizia)». Non sempre però vengono usate queste accortezze: a molti non interessa la reazione emotiva di chi riceve una notizia spiacevole. «Dovremmo invece imparare a tenere separato il contenuto negativo del messaggio dalla relazione con l'altro», avverte Lucchini. Possiamo cioè dire al nostro amico che non lo abbiamo scelto per andare in vacanza insieme a patto di fargli capire che continuiamo a considerarlo un amico. Lo stesso vale anche sul lavoro: «Invece di dire "ha fatto male il suo lavoro"», prosegue il formatore, «un superiore dovrebbe spronare il dipendente dicendogli "va abbastan-

In ospedale vietate le frasi di circostanza

✓ «Il momento in cui medici o forze dell'ordine comunicano una diagnosi infausta o una morte è così drammatico che resta impresso nella mente per anni», dice Luca Pietrantoni, docente di Psicologia delle emergenze all'Università di Bologna. Ma anche in quella di chi dà la notizia: lo ha sottolineato una ricerca su 501 agenti della Polizia municipale di Firenze che ha evidenziato la frustrazione sperimentata dalla mag-

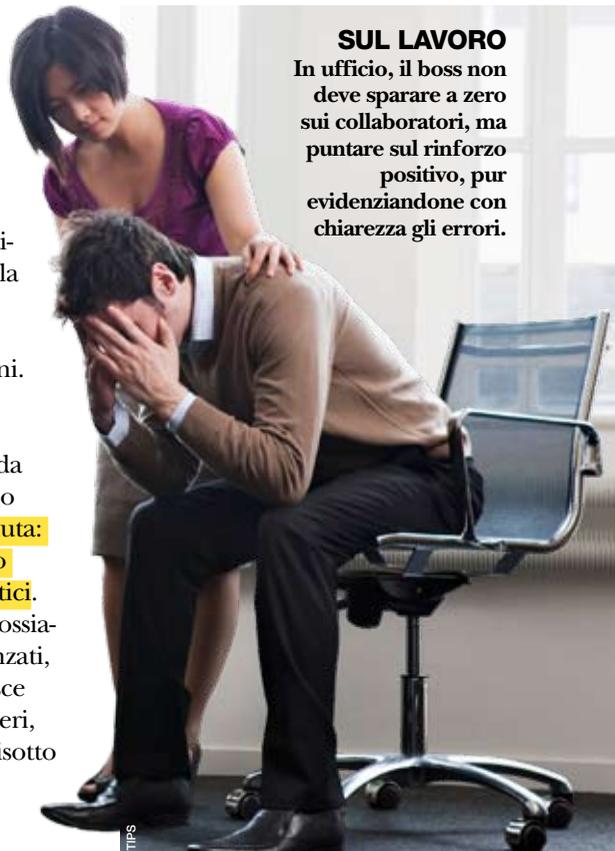
gior parte dei protagonisti. «Non c'è un modo indolore», spiega Daniele Coen, direttore del dipartimento di medicina d'urgenza dell'Ospedale Niguarda di Milano, «anche se esistono studi a riguardo». Negli ospedali americani si fa riferimento a *La comunicazione della diagnosi in caso di malattie gravi* del canadese Roberto Buckman e al protocollo dell'Iova Organization for Victim Assistance. Ecco le indicazioni:

- 1 La notizia va riferita tempestivamente e di persona**, in un locale confortevole e con un tavolo che permetta di appoggiarsi.
- 2 Al colloquio, che è bene iniziare con una domanda del tipo «Se la sente di parlare?»**, **dovrebbero poter partecipare persone di sostegno**: quelle che vuole avere accanto a sé chi è coinvolto.
- 3 È opportuno che a comunicare la notizia siano due operatori**, possibilmente uomo e donna, in divisa (se sono forze dell'ordine) o in camice (se medici).
- 4 La notizia va riferita con un linguaggio essenziale**, ma non brutale, dopo aver posto domande utili a capire quanto la persona immagina già e fino a che punto desidera essere informata.
- 5 Occorre usare un mix di empatia e compassione, senza frasi di circostanza** che apparirebbero fastidiose perché dette da un estraneo.
- 6 Chi comunica la notizia dovrebbe essere pronto a reazioni irrazionali**: rabbia o addirittura violenza.

za bene quel che ha fatto, ma provi a migliorare: in genere siamo soddisfatti di lei».

Salvare l'amicizia

La strategia del panino funziona sempre, a patto di non esagerare con il pane: «Le notizie positive di contorno a quella negativa di un licenziamento, ad esempio, potrebbero apparire odiose», aggiunge Lucchini. Pertanto dire «la licenziamo, però almeno da oggi avrà più tempo libero» è chiaramente da evitare. Certo, in contesti meno drammatici **un po' di ironia aiuta: ad esempio quando dobbiamo dire no, senza renderci antipatici**. A un invito a cena a cui non possiamo presentarci perché influenzati, ad esempio, Lucchini suggerisce di rispondere con un «Volentieri, potresti però prepararmi un risotto alla Tachipirina?». Diamo una notizia spiacevole, ma l'amicizia è salva.



SUL LAVORO
In ufficio, il boss non deve sparare a zero sui collaboratori, ma puntare sul rinforzo positivo, pur evidenziandone con chiarezza gli errori.